Payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۳۱۰۹
شنبه / ۲۳ آبان / ۱۴۰۵
۴ / جمادی الثانیه / ۱۴۴۸
14 / November / 2026

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: ناهید حیدری
نشانی: کرج، بلوار نعلبن، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۲۲۸۳۸-۳۲۵۲۴۴۴۴ -۰۲۶ فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۶۷/۸۰

فراز دوم

امروز با حافظ

گر مساعد شودَم دایره چرخِ کبود
هم به دست آورمش باز به پرگارِ دگر
عافیت می‌طلبد خاطرم ار بگذارند
غمزه شوخش و آن طره طرّارِ دگر

فراز اول

من از وصال تو دل برگرفته بودم، لیک
زبان لطف تو‌ام باز در گمان انداخت

عراقی



اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۱۵	۰۶:۴۲	۱۱:۵۱	۱۶:۵۹	۱۷:۱۸

برگه

زندگی کمدی است برای کسی که فکر می‌کند و تراژدی است برای کسی که احساس می‌کند.

ویلیام شکسپیر

گزارش روز

وقتی کودک قربانی شهرت والدین می‌شود؛

تجارت کودکی در شبکه‌های اجتماعی

کافی است چند دقیقه در شبکه‌های اجتماعی بچرخیم؛ کودکی را می‌بینیم که جلوی دوربین می‌خندد، کودکی دیگر که محصولی را معرفی می‌کند و دیگری که در کنار پدر و مادرش، بخشی از زندگی روزمره خانواده را به نمایش می‌گذارد. پشت بعضی از این قاب‌های ظاهرا ساده، سوالی به ذهن من و شما خطور میکند آیا کودک فقط در حال بازی است یا حضور او به بخشی از یک فعالیت اقتصادی تبدیل شده است؟

به گزارش پیام آشنا به نقل از اعتماد، هنگامی که تصویر کودکان به سرمایه‌ای برای کسب درآمد در شبکه‌های اجتماعی تبدیل می‌شود، مرز میان خاطره‌سازی خانوادگی و بهره‌کشی اقتصادی کجاست؟ مساله اینجا انتشار عکس و فیلم نیست؛ مساله، حق کودک برای داشتن زندگی و حریمی است که هنوز فرصت انتخاب آن را پیدا نکرده است.

کافی است چند دقیقه در شبکه‌های اجتماعی بچرخیم؛ کودکـی را می‌بینیـم که جلوی دوربین می‌خندد، کودکی دیگر که محصولی را معرفـی می‌کند و دیگری که در کنار پدر و مادرش، بخشی از زندگی روزمره خانواده را به نمایش می‌گذارد. این تصاویر برای بسیاری از ما دوست‌داشتنی و سرگرم‌کننده‌اند؛ گاهی لبخند می‌آورنـد و گاهی حس صمیمیت و نزدیکی ایجاد می‌کنند، اما پشت بعضی از این قاب‌های ظاهرا ساده، سوالی به ذهن من و شما خطور می‌کند؛ آیا کودک فقط در حال بازی اسـت یا حضور او به بخشی از یک فعالیت اقتصادی تبدیل شده است؟

این سـوال ما را به یکی از مسائل کمتر دیده شده جهان رسـانه‌ای امروز می‌رساند؛ اینکه تصویر کودک، به غیر از ثبت خاطره می‌تواند به سرمایه‌ای برای جلب مخاطب، جذب تبلیغات و کسب درآمد تبدیل شود. در چنین حالتی، نمی‌شود موضوع را به انتخاب والدین یا سلیقه خانواده‌ها محدود کـرد. ما با پدیده‌ای مواجه هسـتیم که در آن اقتصاد، رسـانه و زندگی خصوصی درهم تنیده‌انـد و کودکی، بی‌آنکه خود معنای این مناسبات را بداند، ممکن است به بخشـی از چرخه تولید محتوا و سودآوری تبدیل شود.

از منظر مطالعات فرهنگی و رسانه، اهمیت این پدیده در واقع تغییر معنای کودکی در برخورد و مواجهه با شبکه‌های اجتماعی است. در گذشته تصویر کودک در آلبوم خانوادگی می‌ماند و در جمعی محدود دیده می‌شد؛ امروز همان تصویر می‌تواند در چند دقیقه به هزاران نفر برسـد، بارها بازنشر شـود و سال‌ها در فضای مجازی باقی بماند. آنچه تغییر کرده، مرز میان زندگی خصوصی و نمایش عمومی نیز جابه‌جا شـده است.

وقتی بازی به کار تبدیل می‌شود

البته هر حضور کودکی در شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان کار کودک نامید. پدر و مادری که از لحظه‌های شیرین فرزندشان فیلم می‌گیرند یا تصویری خانوادگی منتشر می‌کنند، لزوما در حال بهره‌کشی از او نیستند. مساله از جایی آغاز می‌شود که این حضور از حالت اتفاقی و شخصی خارج می‌شود؛ کودک باید مرتب جلوی دوربین حاضر شـود، یک رفتار یا جمله را بارها تکرار کند، محصولی را معرفی کند یا مطابق انتظار مخاطبان و نیاز صفحه رفتار کند. وقتی تولید محتوا استمرار پیدا می‌کند، قرارداد تبلیغاتی شکل می‌گیرد و درآمد به حضور کودک وابسته می‌شـود و نمی‌توان همه چیز را به حسـاب سرگرمی گذاشت.

ویژگی نگران‌کننده این شـکل از کار، پنهان ماندن آن در دل زندگی عادی اسـت. کودک در خانه اسـت، لباس بازی به تن دارد و شاید در ظاهـر از حضور مقابـل دوربین لذت هم ببـرد، اما همین فعالیت ممکن اسـت زمان اسـتراحت، بازی آزاد، درس و ارتباط طبیعی او با همسالانش را محدود کند. گاهی نیز برای ثبت یک تصویر جذاب، کودک ناچار می‌شود احساس یا رفتاری را چند بار تکرار کند؛ لبخند بزند، گریه کند، تعجب نشان دهد یا نقشی را بازی کند که بزرگ‌ترها برایش در نظر گرفته‌اند. در چنین شرایطی کودک شاید ندانند چرا باید دوباره همان صحنه را اجرا کند یا چرا انتشار یک فیلم اهمیت دارد، اما بزرگسالان می‌دانند که هر بازدید بیشتر می‌تواند به معنای مخاطب بیشتر و درآمد بالاتر باشد.

اقتصاد توجه و کودکانی که دیده می‌شوند

شبکه‌های اجتماعی بر پایه جلب و نگه داشتن توجـه مخاطب فعالیت می‌کنند. هر چه یک محتوا بیشتر دیده شـود و واکنش بیشتری برانگیزد، امکان گردش و بهره‌برداری اقتصادی از آن افزایـش می‌یابـد. در این میان، تصویر کودکان به دلیل برانگیختن احساسات و ایجاد حس صمیمیت، می‌تواند برای برخی صفحه‌ها و کسب‌وکارها جذابیت ویژه‌ای داشته باشد.

به این ترتیب، آنچه زمانی بخشـی از زندگی معمولی خانواده بود، ممکن است به محتوایی برای رقابت بر سر بازدید و دنبال‌کننده تبدیل شـود. والدین، مدیران صفحات، شرکت‌های تبلیغاتی و برندها هر کدام به شـکلی در این چرخه حضـور دارند، اما کودک، با وجود آنکه چهره اصلی بسیاری از این محتواهاسـت، لزوما سهمی در تصمیم‌گیری درباره انتشار تصویر، شیوه استفاده از آن یا درآمد حاصل ندارد.

اینجا یک تناقض جدی شکل می‌گیرد؛ کودک بیش از همیشـه دیده می‌شـود، اما ممکن است کمتر از همیشه درباره دیده شدن خود حق انتخاب داشـته باشـد. تصویر او در برابر چشم هزاران نفر قرار می‌گیرد، بی‌آنکه بتواند پیامدهای این حضـور را درک کند یا درباره حدود آن تصمیم بگیرد.

البته ممکن است پدر و مادری با انگیزه ثبت خاطره یا حتی کمک به آینده فرزندشان وارد این مسیر شده باشند، اما نیت خیر، به تنهایی تضمین‌کننده رعایت حقوق کودک نیسـت. وقتی درآمد، شـهرت و انتظـارات مخاطبان وارد زندگی خانوادگی می‌شـود، ممکن است تصمیم‌هایی گرفته شـود که در کوتاه‌مدت سودآور به نظر برسند، اما در بلندمدت به زیان کودک تمام شوند.

تصویری که امروز منتشر می‌شود، فردا چه سرنوشتی دارد؟

بخش مهم دیگری از ماجرا به حریم خصوصی و هویت دیجیتال کودکان مربوط است. کودکی که امروز در برابر دوربین لبخند می‌زند، چند سال بعد نوجوانی خواهد بود که شاید نخواهد تصاویر خصوصی دوران کودکی‌اش همچنان در دسترس عموم باشد. ممکن است از انتشار یک فیلم، یک شوخی خانوادگی یا حتی تصویری که زمانی برای اطرافیان بامزه بوده، احسـاس ناراحتی کنـد، اما فضای مجازی به‌آسـانی خاطره‌ها را از دسترس خارج نمی‌کند؛ تصاویر می‌توانند ذخیره، بازنشر و از زمینه اولیه خود جدا شوند.

پرسش این است: آیا والدین حق دارند به جای فرزندشان درباره تمام ابعاد هویت دیجیتال او تصمیم بگیرند؟ رضایت پدر و مادر برای مراقبت از کودک اهمیـت دارد، اما نمی‌تواند در همه مـوارد جای حق و مصلحت خـود کودک را بگیرد. هرچه کودک به سن تشخیص و آگاهی نزدیک‌تر می‌شـود، نظر و خواست او نیز باید جدی‌تر گرفته شود.

حفاظـت از کودک در فضـای مجازی هم به جلوگیری از انتشـار تصاویر نامناسب محدود نیسـت، چراکه درآمـد حاصـل از فعالیت اقتصادی او، نحوه نگهداری و مصرف این درآمد، قراردادهـای تبلیغاتی، میزان زمانی که صرف تولید محتوا می‌کند و حق او برای محدود کردن یا حذف تصاویرش در آینده، همگی بخشی از حقوقی هستند که باید موردتوجه قرار گیرند. کودک نباید سال‌ها بعد با پیامد تصمیم‌هایی روبه‌رو شـود که در زمان کودکی، دیگران به جای او گرفته‌اند.

قانون؛ حلقه مفقوده حمایت از کودک در فضای مجازی

گـزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شـورای اسلامی با عنوان «کودک کار رقومی (دیجیتال): بهره‌کشی اقتصادی از کودکان در بستر فضای مجازی» از این منظر اهمیت دارد که مسـاله را از سـطح هشدارهای اخلاقی فراتر می‌برد و به ضرورت شناخت و تنظیم این شکل تازه از فعالیت اقتصادی می‌پردازد.

در ایـن گـزارش، برای تشـخیص فعالیت اقتصادی کودک، به شاخص‌هایی مانند استمرار حضور، هـدف درآمدزایی، صرف زمان منظم، قراردادهای تبلیغاتـی، دریافت حمایت مالی، مدیریت حرفه‌ای صفحـه و تاثیر فعالیت بر آموزش، اسـتراحت و سلامت کودک توجه شده است. همچنین بر ضرورت حفاظت از درآمد کودک، شفافیت قراردادها و مسوولیت مشترک والدین، برندها، آژانس‌های تبلیغاتی و مدیران صفحات تاکید می‌شود.

همچنین این گزارش با بررسـی تجربه‌هایی ازجمله قانون فرانسه درباره بهره‌برداری تجاری از تصویر کودکان زیر ۱۶ سال در پلتفرم‌های آنلاین و برخی قوانین ایالت‌های امریکا، نشان می‌دهد که حمایـت از کودکان در این عرصه به قواعد مشخص و ضمانت اجرایی نیاز دارد. پیشـنهاد افزودن حکم یا فصل ویژه به قانون حمایت از اطفال و نوجوانان و تدوین مقررات اجرایی نیز در همین چارچوب مطرح شـده است.

اهمیـت این پیشـنهادها در آن اسـت که مسوولیت را فقط متوجه خانواده نمی‌کند. اگر یک برند از حضور کودک برای تبلیغ محصول استفاده می‌کند، اگر واسـطه‌ای برای تولید محتوای تجاری بـا کودک قرارداد می‌بندد و اگر پلتفرمی از گردش این محتوا بهره می‌برد، هر کدام باید در قبال حقوق کودک مسـوولیت داشـته باشـند. نمی‌توان از تصویر و حضور کودک ارزش اقتصادی تولید کرد، اما هنگام حمایت از او تمام مسوولیت را بر دوش خانواده گذاشت.

قانون‌گـذاری در این زمینه باید روشـن کند که چه فعالیتی مصداق کار اقتصادی کودک اسـت، درآمد او چگونه باید حفظ شـود، چه محدودیت‌هایی برای زمان و نوع فعالیت وجود دارد و در صورت تضییع حقوقش، چه مرجعی باید به شکایت رسیدگی کند. مهم‌تر از همه، مقررات نباید به ممنوعیت کلی حضور کودکان در فضای مجازی بینجامد؛ هدف، ایجاد تعادلی است که هم امکان حضور و خلاقیت را حفظ کند و هم اجازه ندهد این حضور به ابزاری برای بهره‌برداری اقتصادی تبدیل شود.

کودکی را نمی‌توان با بازدید و دنبال‌کننده اندازه گرفت

شـاید مسـاله اصلی فراتر از قانون و مقررات باشـد. ما باید درباره فرهنگی تأمل کنیم که در آن گاهی دیده شدن، به جای تجربه کردن می‌نشیند؛ فرهنگی که ممکن است ارزش یک لحظه از زندگی را با تعداد بازدیدها و واکنش‌ها بسنجد. در چنین فضایی، حتی صمیمی‌ترین لحظه‌های خانوادگی نیز می‌توانند به محتوایی برای رقابت و درآمدزایی تبدیل شوند.

فنـاوری و شـبکه‌های اجتماعی بخشـی جدایی‌ناپذیر از زندگی نسل جدیدند و نمی‌توان کودکان را از جهان دیجیتال جدا کرد. آنها حق دارند یاد بگیرند، ارتباط برقرار کنند، خلاقیت خود را نشان دهند و در این فضا حضور داشته باشند. اما این حضور باید با رعایت حق انتخاب، امنیت، حریم خصوصـی و منافع آنان همراه باشد.

شاید اینکه همه ما موظف شویم پیش از انتشار هر تصویر و سـاخت هـر محتوایی با حضور کودک، از خود بپرسـیم: این کار برای او چه فایده‌ای دارد؟ آیا واقعا به خواست و مصلحت او انجام می‌شود یا قرار است از تصویرش برای جلب توجه دیگران استفاده کنیم؟

کودک قبل از آنکه چهره یک صفحه، ابزار تبلیغ یا منبع درآمد باشد، انسانی در حال رشد است؛ انسانی که به یازی، آرامش، تجربه کردن و حتی حق اشتباه کردن نیاز دارد. نباید اجازه دهیم منطق بازار، این فرصت ساده اما بنیادین را از او بگیرد.

برش

۵ نشانه از اینکه انسان هنوز در حال تکامل است

نشانه‌هایی در بدن انسان وجود دارد که نشان می‌دهد ما کماکان در حال تکامل هستیم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از انتخاب، شاید تصور کنیم تکامل انسان مربوط به میلیون‌ها سال پیش است؛ زمانی که اجداد ما به‌تدریج از موجوداتی شبیه میمون به انسان امروزی تبدیل شدند. اما واقعیت این است که تکامل انسان هنوز متوقف نشده و حتی امروز هم می‌توان نشانه‌های آن را در بدن خود مشاهده کرد.

دانشـمندان شواهدی پیدا کرده‌اند که نشان می‌دهد سبک زندگی، رژیم غذایی و شرایط محیطی همچنان در حال تغییر دادن ویژگی‌های ژنتیکی انسان هستند. در ادامه با پنج نمونه جالب از این تغییرات آشنا می‌شویم.

۱. توانایی هضم شیر در بزرگسالی

حدود ۱۰ هزار سـال پیش، زمانی که انسان‌ها دامداری را آغاز کردند و به مصرف شیر روی آوردند، بیشتر بزرگسالان توانایی هضم لاکتوز (قند موجود در شیر) را نداشتند.

اما برخی افراد به دلیل داشتن تغییرات ژنتیکی خاص، می‌توانستند بدون مشکل شیر مصرف کنند. این ویژگی به آن‌ها مزیت غذایی می‌داد و به‌تدریج از طریق انتخاب طبیعی در نسل‌های بعدی گسترش یافت.

امروزه حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد جمعیت بزرگسال جهان توانایی هضم لاکتوز را دارند.

۲. سازگاری ژنتیکی با مصرف سیب‌زمینی

سیب‌زمینی یکی از منابع اصلی غذایی مردم بومی منطقه آند در آمریکای جنوبی بوده است.

پژوهش‌های جدید نشـان می‌دهد مردم کچوا که از نخسـتین جوامع اهلی‌کننده سـیب‌زمینی بودند، به‌مرور از نظر ژنتیکی با هضم نشاسـته سازگارتر شده‌اند.

به نظر می‌رسـد افرادی که نسخه‌های بیشتری از یک ژن مرتبط با هضم نشاسته داشتند، در طول نسل‌ها مزیت بیشتری برای بقا و تولیدمثل پیدا کردند.

۳. سازگاری خون با زندگی در ارتفاعات

زندگی در ارتفاعات بلند، جایی که اکسیژن هوا کمتر است، بدن انسان را با چالش‌های جدی روبه‌رو می‌کند.

با این حال، مردمی که بیش از ۱۰ هزار سال در فلات تبت زندگی کرده‌اند، به‌تدریج سازگاری‌های ژنتیکی خاصی پیدا کرده‌اند که به انتقال بهتر اکسیژن در خون کمک می‌کند.

در یک پژوهش روی زنان ساکن ارتفاعات نپال، مشخص شد زنانی که تعداد زایمان‌های موفق بیشتری داشتند، معمولاً از میزان اشباع اکسیژن بالاتری در هموگلوبین خون برخوردار بودند.

این یافته یکی از نمونه‌های قابل توجه انتخاب طبیعی در انسان‌های امروزی است.

۴. تغییر رنگ پوست در واکنش به نور خورشید

رنگ پوست انسان نیز یکی از نمونه‌های شناخته‌شده سازگاری تکاملی با محیط است.

اجداد انسان در مناطق پرنور آفریقا پوست تیره‌تری داشتند که به محافظت از بدن در برابر آسیب اشعه فرابنفش خورشید کمک می‌کرد.

اما با مهاجرت انسان‌ها به مناطق کم‌نورتر، داشتن پوست روشن‌تر در برخی جمعیت‌ها به یک مزیت تبدیل شد؛ زیرا به ساخت ویتامین D در شرایط کم‌بود نور خورشید کمک می‌کرد.

بررسی گسـترده DNA انسان‌های باستانی نیز نشان داده است که طی ۱۰ هزار سال گذشـته، ژن‌های مرتبط با رنگ پوست روشن‌تر در برخی جمعیت‌های اروپایی و غرب آسیا افزایش یافته‌اند.

۵. افزایش نزدیک‌بینی و تغییرات ژنتیکی

نزدیک‌بینی در دهه‌های اخیر به‌شدت افزایش یافته است. جالب اینکه برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند ژن‌های مرتبط با این ویژگی نیز ممکن است تحت تأثیر انتخاب طبیعی قرار گرفته باشند.

یکی از توضیحات احتمالی، نظریه‌ای به نام «چندانرژی متقدم» اسـت. بر اساس این نظریه، بعضی ژن‌ها ممکن است در مراحل اولیه زندگی مزایایی داشته باشند، اما در سنین بالاتر پیامدهای نامطلوبی ایجاد کنند.

بنابراین، انتخاب طبیعی همیشه به معنای حذف تمام ویژگی‌های نامطلوب نیست؛ گاهی یک ویژگی منفی می‌تواند همراه با مزایای ژنتیکی دیگری به نسل‌های بعد منتقل شود.

تکامل انسان هنوز ادامه دارد

این پنج نمونه نشان می‌دهند که تکامل فقط به گذشته‌های دور تعلق ندارد. بدن انسـان همچنان در پاسخ به تغییرات محیطی، شرایط آب‌وهوایی و عادت‌های غذایی در حال سازگاری است.

نکته جالب اینجاست که تکامل همیشه به معنای سالم‌تر یا قوی‌تر شدن انسان نیست؛ بلکه ویژگی‌هایی باقی می‌مانند که در شرایط خاص، به بقا و تولیدمثل کمک بیشتری می‌کنند.

انسان امروز آخرین مرحله تکامل نیست؛ ما همچنان در حال تغییر هستیم و نسل‌های آینده ممکن است از نظر ویژگی‌های جسمی و ژنتیکی با انسان امروز تفاوت‌های قابل توجهی داشته باشند.